

# El logro del éxito: la dimensión social de la literatura de autoayuda

## Achieving success: the social dimension of self-help literature

FERNANDO AMPUDIA DE HARO  
Universidade Nova de Lisboa (Portugal)  
fernandoampudia@gmail.com

### RESUMEN

El artículo tiene como objetivo la reconstrucción y análisis del código de comportamiento y emocionalidad que se desprende de la literatura de autoayuda publicada en España durante el franquismo. Para ello se ha seleccionado un conjunto de textos aparecidos, mayoritariamente, durante los años sesenta y setenta; periodo en el que la autoayuda comienza a ganar mayor visibilidad. Inicialmente se fijan las características de este tipo de publicaciones para, a continuación, proceder al análisis propiamente dicho de sus preceptos y argumentos. Finalmente, con arreglo a presupuestos neofoucaultianos, se estudia la base social del código como manifestación de una racionalidad política liberal presente en la España de la época.

**Palabras clave:** autoayuda, racionalidad política, proceso de la civilización, Norbert Elias, gubernamentalidad.

### ABSTRACT

*The aim of this paper is to analyse the social code for the management of behaviour and emotions settled by the self-help books published in Spain during the 60th's and 70th's under the francoist regime. First of all, the main characteristics of these texts are going to be defined, as to subsequently evaluate their precepts and major arguments. Finally, and following a neo-foucauldian approach, this social code will be interpreted as an expression of a liberal political rationality which coexists along with an authoritarian political one.*

**Keywords:** *self-help, political rationality, civilizing process, Norbert Elias, governmentality.*

## INTRODUCCIÓN

La literatura de autoayuda desempeña en el proceso de la civilización aquello que en su momento desempeñaron los manuales de cortesía medievales, renacentistas y cortesanos, a saber: una fuente relevante y pertinente para el estudio de los códigos de comportamiento y emocionalidad socialmente vigentes (Wouters, 1987; Rose, 1990; Giddens, 1997); códigos que, a su vez, guardan una estrecha relación con las transformaciones que experimenta esa misma sociedad en la que tienen cabida. Esta ligazón entre los cambios sociales y las formas de conducta y regulación afectiva fue estudiada por Norbert Elias en *El proceso de la civilización* (1987), autor del que explícitamente parten las páginas que siguen. El objetivo de este artículo es analizar el código de comportamiento y emocionalidad configurado a partir de la literatura de autoayuda publicada en España durante las dos últimas décadas del franquismo. A su vez, este análisis pretende ir propiamente más allá de los textos y trata de explicitar las bases sociales en las que se apoya ese código que nace de la autoayuda.

Las publicaciones de autoayuda son de presencia habitual en nuestras librerías. También son múltiples las editoriales a ellas dedicadas amén de recurso habitual para lectores en pos de orientación vital. Sin embargo, la autoayuda, si se me permite, no es de hoy: tiene, en consecuencia, un pasado. Sobre ese pasado se centra el artículo a fin de recorrer parte de una trayectoria histórica que liga los actuales libros de autoayuda a aquellos que les precedieron<sup>2</sup>. Evidentemente, no puede establecerse el momento y fecha exactos de su aparición en España; no es posible fijar con exactitud su acta de nacimiento. Sin embargo, sí es factible advertir qué tendencias sociales crean las condiciones de posibilidad para su aparición durante los años sesenta y setenta y cuál es la relación entre los modelos de conducta y afectividad que propone la autoayuda y esas mismas tendencias sociales.

Inicialmente, va a ofrecerse una caracterización sintética del género de la autoayuda presentando, a su vez, los textos que van a ser objeto de análisis. A continuación, se procede a reconstruir el código de conducta y emocionalidad que se infiere de tales textos analizando los argumentos que se ofrecen como justificación del programa de comportamiento que prescriben. Así, la autoayuda viene a dibujar un tipo humano fundamentalmente asociado al «éxito» entendido en una doble vertiente, ora psíquica, ora profesional. Para finalizar, se analiza este tipo humano en clave neofoucaultiana como expresión de una modalidad específica de racionalidad política que se manifiesta en diversos fenómenos sociales propios de la época afines al desarrollo de la literatura de autoayuda.

<sup>1</sup> El trabajo que aquí se presenta es parte de un proyecto de investigación posdoctoral titulado *El hombre civilizado en España y Portugal: modelos de comportamiento y emocionalidad en las dictaduras franquista y salazarista* (Ref.: SFRH/BPD/26210/2006), financiado por la Fundación para a Ciencia e a Tecnologia del Ministerio de Educacao, Ciencia e Ensino Superior (Portugal).

<sup>2</sup> Un análisis general de la literatura de autoayuda actual en relación al proceso de la civilización puede verse en Ampudia de Haro (2006).

## AUTOAYUDA: CARACTERÍSTICAS GENERALES

La literatura de autoayuda construye a través de preceptos, consejos y recomendaciones programas de regulación conductual y emocional de carácter reflexivo conducentes a una hipotética mejora psíquica del individuo y su adecuada adaptación al entorno en el que vive<sup>3</sup>. Son estos programas los que dan forma a un código de conducta en el que se socializa a las personas según las pautas y valores que se entienden aptos en sociedad. Este código constituye una referencia para la orientación del comportamiento y la afectividad, lo que en definitiva, posibilita la integración del individuo en los estándares de actuación propios del contexto social que ocupa. Como género, la literatura de autoayuda se centra globalmente en la dimensión subjetiva individual en tanto punto de arranque a partir del cual proceder a una mudanza vital que se entiende satisfactoria para la persona. Para ello se vale de diversos recursos retóricos, siendo los más frecuentes: a) el uso de la segunda persona del singular y el «nosotros» inclusivo; b) la repetición redundante de las que son tenidas como ideas centrales; c) la ejemplificación de acuerdo con casos reales y testimonios personales; d) el diagnóstico interactivo a través de diferentes tests a disposición del lector y e) la atribución a ese mismo lector de la capacidad última para modificar sus pautas conductuales y emocionales. Su estructura expositiva habitual remite a la presentación y tipificación del problema o situación que se desea modificar seguida de la prescripción de soluciones al efecto con arreglo al discurso legitimador específico que ampara dichas soluciones (Papalini, 2008: 119-134). Pese a todo, las fronteras del género no son precisamente impermeables, y así se constata la existencia de un interregno en el que se localizan publicaciones que, sin cumplir estrictamente con las características paradigmáticas de la autoayuda, bien participan de algunas de ellas, bien revelan una estrecha afinidad con las mismas. Ese interregno lo ocupan novelas, biografías y autobiografías de tono ejemplarizante o textos de pensamiento oriental, medicinas alternativas, control corporal y mentalismo<sup>4</sup>.

Y del mismo modo que esas fronteras son, en ocasiones, confusas o difusas, tampoco resulta sencillo trazar la historia del género. Siguiendo a Papalini (2008: 135), estos textos emergen en los Estados Unidos ya en los años treinta bajo el formato de manuales de ventas y publicaciones que se rigen por la consigna del «hágalo usted mismo»; textos orientados, sobre todo, al mundo del trabajo y escritos según los parámetros de la psicología conductista. No habiendo de por medio ninguna ruptura temática y sin perder de vista el ámbito del trabajo, a partir de los años sesenta ese formato se readapta hasta adquirir un perfil de manual para la gestión de organizaciones y, más específicamente, de empresas. Se amplía el campo de acción y sin descuidar las ventas, los textos inciden en las cualidades personales precisas para la dirección de personas o recursos humanos desde la óptica de la psicología cognitivista, más receptiva a las dimensiones subjetivas y creativas del comportamiento humano.

Dentro de estas coordenadas se mueven los textos que van a ser analizados en estas páginas. Todos ellos cumplen en forma y contenido con los requisitos establecidos para delimitar el género de la autoayuda. No significa esto que no presenten diferencias entre sí que los

<sup>3</sup> Para una caracterización más amplia de la literatura de autoayuda, véase Ampudia de Haro (2007: 147-152).

<sup>4</sup> Ese interregno es denominado por Papalini (2008: 172) «espacio de la autoayuda» en referencia a otros géneros colindantes y próximos a la misma.

singularicen pues, de hecho, así sucede. No obstante, esas diferencias son atenuadas y superadas por su congruencia temática, retórica y expositiva. Esa congruencia es el criterio principalmente empleado en la selección de estas publicaciones. No contamos, a día de hoy, con datos que nos permitan conocer su volumen de ventas para, de ese modo, calibrar su grado de difusión o, incluso, perfilar con mayor exactitud el lector-tipo que acudió a ellas. Toda selección comporta una dosis de arbitrariedad que aquí quiero hacer explícita. No obstante, esa selección en forma alguna es anecdótica: los temas, perspectivas y recomendaciones de la autoayuda seleccionada presentan un considerable nivel de semejanza y proximidad, cuando no son prácticamente iguales. Los autores comparten ciertos rasgos relativos a su formación y procedencia; sus obras se encuadran en colecciones editoriales de tono similar y varios de ellos son ciertamente prolíficos en la materia. Por ello, entiendo que los textos seleccionados conforman una suerte de conjunto relativamente unitario y homogéneo que puede tomarse como referencia para el análisis. De seguido, se ofrecen unas breves notas a modo de presentación de cada una de las publicaciones que han sido estudiadas:

*Tratado de energía comercial* (1943), de J. Gardo. El autor, en páginas interiores, se presenta como profesor e intendente mercantil, contador jurado y socio de mérito del Colegio Central de Titulares Mercantiles. De formación autodidacta, dirige su obra, calificada como «literatura estimulante», al grueso de la «juventud comercial», con la pretensión de que ésta metodice su comportamiento a fin de alcanzar una posición sobresaliente en el desempeño de su actividad.

*Cómo se triunfa en la vida* (1945), de J. Blasco, aparece publicado por Juan Brugué Editores, sello especializado en libros técnico-profesionales de ramas como la contabilidad, la electricidad o la química. Anunciado en el diario *ABC* (edición de Sevilla, 29/10/1946), pertenece, como reza su publicidad, a una colección de síntesis de innovaciones en técnica comercial especialmente útil para «el hombre de negocios» y los «empleados mercantiles»<sup>5</sup>. El mismo anuncio presenta brevemente el contenido del libro: «Hay que enfrentarse con la vida. Y hay que vencer. Las mejores normas para lograrlo. Personalidad. Aptitud. Firmeza. Voluntad. Carácter. Preparación profesional. Las oportunidades y modo de aprovecharlas. Obra beneficiosa y amena». En este texto, el autor habla genéricamente del triunfo como resultado de la sistematización de la conducta mediante una correcta preparación profesional capaz de disciplinar la imaginación en el proceso de búsqueda de nuevas oportunidades comerciales.

*Para triunfar en la vida* (1956), de R. P. Morris. Estableciendo un paralelismo constante entre la vida ordinaria y el mercado, el texto ofrece un conjunto de consejos y recomendaciones para «salir triunfante de cualquier ocasión». El autor inscribe su obra en un género que denomina «literatura energética o estimulante» procedente, fundamentalmente, de los Estados Unidos. Este género, de acuerdo con Morris, tendría como precedentes básicos a autores como Benjamín Franklin (1706-1790) y su ejemplar *Autobiografía* (1791, 1793) además de otros opúsculos en torno a la «industriosidad» o el «arte de hacerse rico», u obras como *Self-Help* (1859), de Samuel Smiles (1812-1904), o *Self-Reliance* (1841), de Ralph Waldo Emerson (1803-1882).

<sup>5</sup> Otros títulos de la misma colección son *Cómo se vende por anuncio* (1954) y *Cómo se crea y administra un negocio* (1959), de E. Casas, o *Bases del éxito en los negocios* (1962), de J. Gardo.

*Intenta tener seguridad en ti mismo* (1967), de C. Young. Perteneciente a la colección «Intenta» de la Editorial Studium —intenta ser alegre, valiente, vencer el miedo, encontrar tu vocación personal, curar tus nervios, conseguir lo que deseas... son otros títulos que integran la colección—, es una traducción del alemán convenientemente adaptada al contexto y los modos de vida españoles. Oferta ejercicios y técnicas contra la incertidumbre emocional postulando una noción de seguridad basada en el autoconocimiento.

*Desarrollad vuestra personalidad. Manual psicológico práctico* (1969), de A. Smith. Libro concebido como una guía que a la vez es «amigo», proporciona recursos y «trucos» para mejorar la disposición psíquica de la persona. Realiza una breve revisión bibliográfica remitiéndose a cuantos autores han estudiado previamente la «personalidad». Para ello, efectúa calas en la teoría hipocrática de los humores, recoge las aportaciones básicas de los «padres del condicionamiento ambiental» (Pavlov y Watson) y se detiene en las contribuciones principales del movimiento psicoanalítico (Freud y Jung). Resulta de especial interés el desarrollo específico del concepto de «magnetismo» asociado a la dirección de organizaciones y personas.

*Lo que usted debe saber sobre sí mismo* (1971), de F. Llangé. Sin ofrecer una definición inequívoca y exacta de la idea de «triunfo», es éste el concepto alrededor del cual se organiza el texto reservando un apartado amplio y específico al capítulo de ventas y negocios. En este apartado se enumeran y explican las cualidades que han de caracterizar las «personalidades triunfadoras» de empleados o directivos.

*El poder de la personalidad* (1972), de P. Figueroa. Fijando el carácter universal de la personalidad ya que es ésta una cuestión que a todos concierne, afirma dirigir su obra a un público amplio para de esta manera orientar y encauzar emociones y conducta. Recurre a la explicación de técnicas psicoanalíticas y expone métodos de «curación» a través de autoentrevistas. En esta misma línea, Figueroa también publicó *Cómo ser un simpático optimista* (Barcelona, Rodegar, 1972) y *Cómo vencer la timidez* (Barcelona, Bruguera, 1972).

*Cómo aprovechar tus posibilidades para triunfar en la vida* (1974), de R. H. Schuller. Publicada por Sal Terrae, editorial de inequívoco signo cristiano, esta obra tiene por autor al pastor de una iglesia protestante de California —la Iglesia Reformada de América— que se dice no-baptista, no-metodista, no-episcopaliano, no-luterano y no-católico. Valiéndose continuamente de citas y pasajes bíblicos interpretados con la suficiente laxitud como para que cualquier lector pueda identificarse con sus consejos, concibe al individuo en íntima conexión con oportunidades constantes para cambiar de pensamiento y vida.

#### UN CÓDIGO PARA EL 'HOMBRE DE ÉXITO'

Para los textos de autoayuda seleccionados, el cultivo, cuidado y desarrollo de la personalidad es la consigna fundamental a respetar. La personalidad emerge como noción nuclear de un código que se construye en torno a ella, referente último y respuesta a los porqués de la conducta y los afectos. Se define como el cúmulo de rasgos físicos y psíquicos que caracterizan a la persona dando cuenta de su modo de ser, estar y conducirse (Figueroa, 1972: 7). Es el elemento substancial que individualiza y diferencia, que confiere originalidad radical

y que impide, finalmente, la existencia de dos individuos iguales (Young, 1967: 40). Aun así, está sujeta a vicisitudes y contratiempos vitales que podrán reafirmarla o minarla. Por eso ofrece la autoayuda sus consejos; para proporcionar herramientas que permitan superar cualquier trance y dificultad. Su misión es «[...] facilitarle al individuo los medios para que pueda superar toda situación conflictiva y lograr que su personalidad se manifieste sin cortapisas excesivas» (Figuerola, 1972: 6). Muchas de estas herramientas nacen de la psicología como disciplina encargada del estudio de la vida mental humana; esto es, la ciencia confirma su validez y ampara su uso (Smith, 1969: 15-24). Otras parten de la experiencia personal de los autores que, con su voz autorizada, se ofrecen como ejemplo y guía (Schuller, 1974: 18)<sup>6</sup>. En todo caso, cualquiera de las dos vías es válida para convertirse en «[...] *un nuevo individuo*» (Morris, 1956: 5).

Desde aquí, el desarrollo de la personalidad ha de cumplir con un doble requisito: el autoconocimiento y la seguridad en uno mismo. El autoconocimiento exige la meditación individual acerca del sí mismo. Supone poder observarse a distancia estableciendo una ficción reflexiva que permita a la persona hablarse de «tú». Ese distanciamiento favorece un enjuiciamiento propio de carácter objetivo no tendente a la sobrevaloración pero tampoco a la infravaloración. El conocimiento de sí no presupone un bagaje previo de saberes. Basta con insistir en aquella reflexión y observación distanciada<sup>7</sup>. La seguridad en uno mismo no proviene de bienes materiales sino de la autoconfianza. Esta autoconfianza es la que permite conducirse sin tropiezos, tener claro qué hacer y qué dirección tomar. Se adquiere comprendiéndose y aceptándose, reafirmando la valía personal y perdonándose el error para ver en él una oportunidad de aprendizaje y mejora (Schuller, 1974: 262-263). La síntesis de la autoconfianza es una sencilla frase, «Yo existo, quiero y puedo» (Young, 1967: 67), que, a fuer de repetida, terminará haciéndose hábito en una demostración de la capacidad que posee el pensamiento para dirigir la conducta. La insistencia en el prefijo «auto» revela que el punto de atención prioritaria es el individuo y que éste, desdoblado reflexivamente en sujeto y objeto de ayuda, es quien procura para sí las condiciones psíquicas que garantizan el desarrollo de la personalidad. En efecto, la prioridad es el individuo y lo que puede emprender por sí mismo: «La seguridad en la vida y la confianza en uno mismo pueden ser conseguidas únicamente por un camino que cada hombre deberá trazarse por sí mismo [...] es usted mismo quien debe adoptar la decisión y darse el enérgico empuje interior para que la confianza penetre en todo su ser. Emplee su esfuerzo en el conocimiento de su carácter y facultades. Aprenda a creer en sus fuerzas y posibilidades» (Young, 1967: 71).

Autoconocimiento y seguridad propia son condiciones de la personalidad. Una vez cumplimentadas cabe suponer que estamos ante un individuo pleno. Es esta clase de individuos la que obtiene reconocimiento social mayoritario; son ellos quienes encarnan al «hombre de éxito». La personalidad del «hombre de éxito» es lo suficientemente consistente como para resistir los envites homogeneizadores de la sociedad. Ésta fija un tipo ideal de éxito

<sup>6</sup> La personalidad e iniciativa del autor explican cómo funda una iglesia —la Iglesia Reformada de América— trasladándose hasta California y predicando en una suerte de «aparcamiento» (*drive-in*) en el que se podían seguir sus sermones desde el coche.

<sup>7</sup> En Young (1967: 59) se recomienda aprovechar el tiempo para autoconocerse. Puede hacerse, por ejemplo, en el autobús. En vez de leer un periódico o una revista puede uno pensar en sí mismo, concentrado, colocando las manos sobre las rodillas y mirándolas hasta sentir un calor edificante.

relacionado con a) los dictados de la moda; b) la imposición de patrones masivos de conducta y c) la imitación de personajes públicos famosos (Smith, 1969: 90). Así pues, paradójicamente, el éxito pasa por la no asunción de pautas socialmente pre-establecidas de éxito; pasa por la afirmación de una especificidad inalienable: «Todo hombre, toda mujer, puede ser el único, inconfundible en su género» (Smith, 1969: 89). La especificidad del «hombre de éxito» edificada en una sólida personalidad, se manifiesta socialmente en su «magnetismo», esto es, en su capacidad para ejercer influencia sobre los demás y, si fuese preciso, reconducir la voluntad ajena con arreglo al propio criterio (Smith, 1969: 35). La reconducción también puede entenderse como una compensación por aquellas ocasiones en que la voluntad propia fue reconducida: «Ya que nos vemos obligados a obedecer a los demás, ¿no es justo que a los demás imponamos siempre que nos lo pida nuestra conveniencia algo de nuestra voluntad?» (Morris, 1956: 140). Sin embargo, el «hombre de éxito» constituido como tal ni siquiera habría de participar en ese juego de compensaciones. No doblegarse ante «dictados sociales de éxito» implica no asumir lo que la mayoría asume. De esa mayoría se presume alguna carencia de personalidad que explicaría su carácter gregario y su predisposición al «seguidismo». De ahí que el auténtico «hombre de éxito», dada su impronta magnética, pueda efectuar ejercicios de sugestión ajena sin quedar expuesto a que otros le paguen con la misma moneda. Y puede hacerlos porque primero realizó ejercicios de «sugestión propia»: transformó el pensamiento en acción y modeló su estado anímico de acuerdo con su deseo; se conoce y posee seguridad en sí mismo no quedando por ello sometido a los avatares del azar. El «hombre de éxito» forja su porvenir: «[...] el Destino aguarda siempre las condiciones que le imponemos. Cada hombre decide su destino por los tipos de pensamiento que acaricia y ejerce una influencia dominante sobre su propia vida» (Morris, 1956: 184). El magnetismo, decía, hace posible la sugestión ajena de acuerdo con el propio criterio. Este criterio no es otro que el interés personal. Es legítimo pensar en lo que le conviene a uno mismo y en el camino más rápido para obtenerlo (Morris, 1956: 22). Por eso, el «hombre de éxito» es un «*hombre de iniciativa*» (Morris, 1956: 64) o un «*pensador de posibilidades*» (Schuller, 1974: 15), es decir, alguien que atiende a las nuevas necesidades que crea la vida moderna y las conceptualiza como oportunidades y desafíos susceptibles de ser enfrentados creativamente (Morris, 1956: 15).

La detección de oportunidades predispone al «hombre de éxito» hacia el futuro imaginando las necesidades-oportunidades que todavía no han sido descubiertas. Ejercita sus capacidades prospectivas e imagina. En este trance, incluso puede contar con el apoyo divino: «[...] el Creador de la vida ha compartido con la raza humana su poder creador de imaginación» (Schuller, 1974: 69). Dios quiere que el hombre no cese de imaginar, incluso habiendo alcanzado lo pretendido existirán siempre «niveles mayores por los que pueda luchar» (Schuller, 1974: 76). En definitiva, el «hombre de éxito» posee el «secreto del éxito»; no otro que encontrar una necesidad y satisfacerla (Schuller, 1974: 91). Más, ¿cómo dar con ese secreto? O, con otras palabras, ¿cómo imaginar y detectar la necesidad-posibilidad propicia? Habiendo desechado la suerte o el azar como criterios de actuación, resta aplicar una línea de conducta constante que conduzca al individuo hacia esa posibilidad favorable. Esta línea de conducta incluye el nacimiento y análisis de una idea, la resolución de optar por ella, la actividad que signifique su ejecución y la definitiva consecución del objetivo fijado



(Blasco, 1945: 9-15). Una suerte de método para el éxito que deposita en la persona toda esperanza de suceso. El espacio privilegiado para la aplicación de este método, y en consecuencia, espacio privilegiado para la actuación del «hombre de éxito» son los negocios o, de forma genérica, la actividad empresarial. En este campo, su conocimiento de sí, su confianza y seguridad, su magnetismo y sus dotes para la sugestión ajena son excelentes haberes a los que une su preparación técnica e intelectual. Es imprescindible apoyarse en el estudio, asistir a conferencias y adquirir una cultura comercial (Blasco, 1945: 227-232). El conocimiento que se desprende de estas actividades viene avalado por la objetividad del saber científico. Como científica ha de ser la metodización del tiempo cotidiano con arreglo a criterios plenamente objetivos tal y como en su día «mostraron los estudios de Fayol y Taylor» (Gardo, 1943: 75). Son la voluntad, el optimismo, la perseverancia y la combatividad unidos al mérito que nace de la capacitación intelectual y técnica el equipaje del «hombre de éxito». Al tiempo, su magnetismo lo hace capaz de mando, perfilándose como candidato ideal para ocupar puestos y responsabilidades de dirección. Puede penetrar en el ánimo del interlocutor y atender a sus motivos, tener presente su estado y calibrar la trascendencia de las emociones en el quehacer de sus subordinados. Y, a la vez, puede ser justo, objetivo, decidido y de voluntad firme. Combinar, pues, flexibilidad y contundencia (Smith, 1969: 127). No obstante, esa presencia del componente emocional en la dirección de los otros requiere una adecuada gestión en caso propio. Imperativo es que las emociones no entorpezcan la actividad profesional con muestras de debilidad o indecisión. El tímido y el indeciso deberán autoeducarse emocionalmente. El primero; forzándose a conversar con personas de toda condición. El segundo; tomando decisiones, por intrascendentes que sean. Ambos; adiestrando su voluntad con tareas simples: contar cerillas o detectar el movimiento de las manecillas del reloj (Gardo, 1943: 18-19). No se trata de eliminar las emociones y las pasiones sino de ser prudente y propio en su manifestación. La satisfacción del buen negocio que se cierra hay que comunicarla con discreción, porque así como la modestia es un lastre, la publicidad desmedida podría suponer que otros competidores se adelantasen en ocasiones venideras (Morris, 1956: 42; Gardo, 1943: 95). La prudencia sería ese principio regulador de las emociones en condiciones de competencia: ser prudente ante la hipotética confianza que inspira el prójimo hasta que éste corresponda fielmente a sus compromisos (Morris, 1956: 29; Smith, 1969: 87), ser prudente a la hora de dar a conocer los reveses: «Creer que nos compadecen es pecar de cándidos y pensar que han de sentir nuestro dolor es propio de ilusos. En cambio, puede ser que a muchos alegre nuestra desventura. No les proporcionen, pues, diversión gratuita a costa tuya» (Morris, 1956: 42).

#### *Argumentos para el éxito*

El código se orienta al éxito, un éxito que arranca del dominio psicológico de la personalidad y que se concreta en el mundo profesional. Dos lógicas presiden sus preceptos: una de corte expresivo y otra de perfil utilitario (Bellah, 1989: 54-58, 394-395). La lógica expresiva se centra en la reivindicación de la personalidad como núcleo definitorio del ser individual. Esa reivindicación nos habla de la subjetividad como factor que construye una individualidad única; una subjetividad que al desplegarse confiere al individuo un carácter

singular. La personalidad es el rasgo distintivo y diferenciador siendo preciso tener conciencia de ello. Conocer, analizar y desarrollar la personalidad sitúa al individuo sobre la pista de su propia subjetividad, desde la que interpreta su actividad en el mundo social. Es decir, los efectos de la personalidad no se agotan en el universo privado de cada cual sino que explican también la dimensión pública de la persona. Esa dimensión pública es la identificada esencialmente con el trabajo y de forma particular con la actividad comercial. Esta clase de actividad es la escogida por los autores de autoayuda para mostrar que el éxito no es sólo desarrollo de la personalidad *per se* sino también desarrollo aplicable al mundo empresarial que en los textos se identifica con «las ventas» o «los negocios». Es aquí cuando la lógica expresiva entronca con una de tipo utilitario, es decir, con la noción de satisfacer los intereses personales con arreglo a los objetivos que se marque el individuo. Conceptos como el de «magnetismo» o «sugestión ajena» remiten al encauzamiento de la conducta del otro con arreglo a criterios propios; con arreglo a la conveniencia particular. Mas esa utilidad que puede obtenerse no deriva tanto de una supuesta manipulación estratégica como del efecto persuasivo que tiene toda gran personalidad. Una personalidad plena y desarrollada no manipula sino que ejerce una atracción sobre los otros que le otorgan capacidad de liderazgo y aptitud para la conducción de proyectos colectivos. Y eso también es el éxito aunque no estrictamente como búsqueda consciente y planificada del mismo sino como producto derivado de la propia personalidad.

El entrelazamiento de la expresividad y la utilidad en el código remite a la construcción de un perfil humano en el que se combinan el vocabulario de la psicología y el de la economía. En este sentido, la autoayuda promueve un «estilo emocional» (Illouz, 2007: 16-20), es decir, la formulación específica de una imaginación interpersonal; una modalidad de pensamiento acerca del «yo» y de su relación con el «otro». En este caso, tal estilo emocional derivado de la autoayuda y del código que ella inspira se inscribe genéricamente en un contexto social de liberalización económica en el que la empresa descolla como protagonista y adquieren una relevancia creciente las formas organizativas a ella asociadas. Queda, pues, apuntada una de las cuestiones que más adelante guiará la exploración de las bases sociales del código del «éxito». La expansión de la empresa supone, al tiempo, expansión de las teorías de la administración y la organización así como la notoriedad creciente de la figura de un «gestor» que se sirve del conocimiento científico para alcanzar una mayor eficacia y eficiencia productivas y que, en paralelo, presta oídos al lenguaje de las emociones o a la subjetividad individual como contenidos decisivos para el logro de aquella eficiencia y eficacia (Illouz, 2007: 33-39).

Sin embargo, entre la expresividad y la utilidad o entre el abrumador dominio de los vocabularios de la psicología y de la economía hallamos un tercer tipo de léxico que remite al campo de la moral. Esta intrusión constituye una significativa diferencia en relación a los textos de autoayuda publicados desde los años ochenta y noventa hasta hoy. Esa diferencia estriba en la desaparición paulatina del lenguaje moral en la autoayuda; lenguaje del que no queda rastro en la actualidad (Ampudia de Haro, 2006: 69-72). No obstante, los textos que forman el *corpus* de este análisis aún contienen referencias explícitas a la moralidad y al «deber ser» de la conducta y las emociones. El vocabulario de la moral se hace audible de tanto en tanto para advertir al lector acerca de los excesos ligados a la consecución del éxito.

Esos excesos tienen que ver con el abandono o descuido de los valores morales mediante la entronización del interés individual, circunstancia que aboca irremisiblemente al hedonismo y la morbosidad. Circunscribir el éxito al estrecho límite de la maximización de ese interés, algo propio de «[...] los Estados Unidos [y de las] sociedades supertecnificadas» deviene en «[...] un neopositivismo condenable debido a que no tiene en cuenta los valores espirituales y tan sólo repara en los beneficios concretos que una determinada tarea produce» (Figuerola, 1972: 53). Con todo, el repertorio de la moral no alcanza el protagonismo que la autoayuda otorga a la expresividad y a la utilidad. Ocupa siempre una posición secundaria como una suerte de conciencia que avisa al lector de los desmanes y desvarios del éxito; una suerte de conciencia que irá apagándose poco a poco. Al cabo no es extraño que los libros de autoayuda se presenten como una guía neutra de uso individual en lo que toca a valores haciendo gala de una «*voluntad cuidadosa de abstención*» en lo que se refiere a la «*religión y a la ética*» (Llangé, 1971: 89). En suma, dos saberes como la psicología y la economía en sus acepciones más latas son quienes establecen las coordenadas para la regulación conductual y afectiva del individuo. Interesa, de seguido, preguntarse por qué esos saberes y no otros. Indaguemos, por tanto, en las bases sociales del logro del éxito.

#### LAS BASES SOCIALES DEL ÉXITO

En otro lugar (Ampudia de Haro, 2006) he sostenido que la literatura de autoayuda constituye el trasunto de una racionalidad política liberal que remite, globalmente, a una concepción del ejercicio del poder que concibe a los individuos como sujetos capaces de autogobernarse; que apuesta por una economización en tal ejercicio tratando de que la persona movilice su energía aplicándola a su autogobierno (Burchell, 1993: 289; Rose, 1997: 27; Marinis, 1999: 77; Hyndess, 1997: 103). Inicialmente, entiendo que esta posición resulta como mínimo paradójica si se tiene en cuenta que los textos de autoayuda que aquí se han analizado fueron publicados durante el franquismo. A priori, éste, en tanto sistema autoritario, negaría la eventualidad de aquel autogobierno optando por un ejercicio del poder, si se quiere, de carácter directo, coaccionador o represivo con escaso o ningún margen de iniciativa para el individuo. Desde esta perspectiva, la autoayuda se integraría en un marco general de racionalidad política autoritaria —encarnada en la dictadura franquista— que atribuye a los sujetos gobernados una incapacidad global de autogobierno. El autoritarismo franquista concebiría su acción de gobierno desde una óptica disciplinaria que pretende la reforma o reconversión de los individuos venciendo la resistencia de éstos y sometiéndolos a un patrón de conducta y emocionalidad fijos. ¿Cómo compatibilizar el autoritarismo con esa supuesta confianza en la capacidad de autogobierno personal que destila el código del «éxito»? Lo cierto es que la presencia de las publicaciones de autoayuda durante el franquismo podría resultar un indicador de la coexistencia compatible entre racionalidades políticas autoritarias y liberales; una compatibilidad que nos habla de las complejas relaciones entre la libertad y el poder y de la necesidad de enriquecer nuestro análisis más allá de la dicotomía tradicional dominación/resistencia. La noción de racionalidad política, de raigambre foucaultiana, contribuye a ese enriquecimiento. Con ella nos referimos a los objetivos de cualquier clase que

se persiguen en el ejercicio del poder, a los principios abstractos, teóricos y filosóficos en nombre de los cuales se persiguen aquellos objetivos y a la concepción que se posee de la naturaleza de los sujetos gobernados (Rose y Miller, 1992:178; Marinis, 1999: 87-88). Dado que hasta aquí me he ocupado de modelos de comportamiento y emocionalidad que moldean arquetipos de ser humano, el análisis va a concentrarse en esa tercera dimensión de la racionalidad política, esto es, en la naturaleza atribuida a esos sujetos gobernados. Retomo aquí la paradoja que anteriormente formulaba: ¿Cómo articular en el marco general del franquismo y su racionalidad política autoritaria la apuesta por el autogobierno que efectúa la literatura de autoayuda? Hace tiempo que los estudios sobre gubernamentalidad (*governmentality studies*), esto es, aquellos que hacen de la noción de racionalidad política su piedra de toque, aluden a la presencia de componentes autoritarios en formas de gobierno liberales (Valverde, 1996; Dean, 2002). Esos componentes se relacionan con determinados espacios o momentos en los que se suspende el ejercicio de la libertad que se le presupone al individuo<sup>8</sup>. Desde los estudios sobre gubernamentalidad, el liberalismo no es conceptualizado como una doctrina o filosofía política sino como un modo de conducir conductas que tienen presente la iniciativa del gobernado para encauzarla de acuerdo con los objetivos de gobierno fijados. Si tenemos en cuenta que en el liberalismo se incluyen mecanismos autoritarios de gobierno, las diferencias entre un gobierno liberal y uno autoritario no son de «incommensurabilidad substancial» sino de «grado» (Vázquez, 2005: 193). Mas invirtamos los términos: la lógica empleada habitualmente en los estudios de gubernamentalidad incide en la búsqueda de mentalidades y procedimientos autoritarios en contextos oficialmente reconocidos como liberales y democráticos. Tratemos, pues, de detectar la presencia de racionalidades políticas liberales en contextos globalmente autoritarios y sirvámonos para ello del franquismo y de la autoayuda. En este sentido, entiendo que es en el espacio genérico de la actividad económico-empresarial donde podemos hallar manifestaciones más evidentes de una racionalidad política liberal y, por tanto, es aquí donde también encontramos algunas pistas que nos permitan comprender los fundamentos sociales de la autoayuda. No cabe duda de que ese espacio genérico es amplio y complejo; que está atravesado por múltiples variables y dimensiones. Trataré de identificar aquellas que resulten pertinentes en esta aproximación a la base social de la autoayuda. En consecuencia, me referiré a fenómenos y tendencias que apuntan a la configuración de modalidades y racionalidades liberales de gobierno vinculadas a los lenguajes de la psicología y la economía como argumentos legitimadores y por ello, afines a los presupuestos, esquemas y preceptos de la autoayuda.

En este sentido, cabe aludir al desarrollo y consolidación de formas y mentalidades tecnocráticas de gobierno en España desde, aproximadamente, los años sesenta. A partir de 1959 se incorporan a los gabinetes de Franco una serie de ministros que comparten una visión y procedimiento globales en el terreno de la administración y gestión estatal<sup>9</sup>. La

<sup>8</sup> Como apunta Vázquez García (2005: 193), estrategias reguladoras de cariz no liberal pueden venir dadas por situaciones típicas de conflicto bélico, aumento de la criminalidad, incremento de la inmigración o acciones terroristas. Aun así, en ocasiones no ha sido necesario ese grado de «excepcionalidad» para poner en marcha tales estrategias. Es el caso de las medidas de eugenesia e higiene racial aplicadas en democracias liberales desarrolladas como Estados Unidos o Suecia.

<sup>9</sup> Según González Cuevas (2007: 35), ministros identificados como tecnócratas desde 1957 fueron Navarro Rubio, Ullastres Calvo, López Rodó, López Bravo, Villar Palasí, López de Letona, Fontana Codina, Monreal Luque, Fernández de la Mora, Barrera de Irimo o Espinosa San Martín.

tecnocracia encarna la posibilidad de aplicar la razón científica en ese terreno; razón materializada en saberes objetivos como la ingeniería, la economía y las ciencias sociales. Se acometen amplias reformas en la Administración del Estado y se ponen en marcha diversos planes que corrijan el estancamiento económico<sup>10</sup>. Es, pues, la razón científica el elemento que guía la acción de gobierno del tecnócrata en pos de la modernización económica y administrativa de España estableciéndose una evidente analogía entre el Estado y la empresa: al igual que ésta se gestiona científicamente de acuerdo con el conocimiento económico y gerencial, aquél es susceptible de similar ordenamiento. Laureano López Rodó (1920-2000), comisario del Plan de Desarrollo y ministro sin cartera entre 1965 y 1973, abunda en esta idea: «La Administración puede y debe estudiarse también como una gran empresa, sujeta a los principios y normas de la Teoría de la Organización»<sup>11</sup>. Si estas palabras son del año 1963, dos años más tarde hallamos declaraciones de cariz idéntico. Gonzalo Fernández de la Mora (1924-2002), antes de alcanzar el Ministerio de Obras Públicas entre 1970 y 1974, señala: «Conviene acelerar todo lo posible el proceso de sustitución de las ideologías por las ideas concretas que suministran la ética y las ciencias sociales. A finales del siglo XIX la política se hacía como la farmacopea, con sencillas recetas ideológicas: la liberal, la socialista... Hoy el 90 por ciento de la política es tecnología y economía»<sup>12</sup>. La legitimación de la tecnocracia es la competencia técnica. Con ella, adviene un discurso preñado de «eficacia», «racionalización», «competencia», «apertura», «productividad», «desarrollo», «objetividad», «especialización», «método», «equilibrio» y «rigor» (González Cuevas, 2007: 35, 41). Varias son las razones que pueden apuntarse en el ascenso de tecnócratas y tecnocracia. Durante los primeros veinte años del franquismo, el desarrollo económico del país no constituye en sí mismo un objetivo preferente sino que aparece subordinado a las directrices políticas que persiguen la re-nacionalización de España y la eliminación de toda oposición. El régimen se decantó por un modelo económico autárquico basado en la teórica autosuficiencia española en materia de recursos y bienes de la que se derivaba un estricto proteccionismo arancelario y un omnipotente intervencionismo estatal en materia económica. El nacionalismo económico franquista fue liderado por una élite política —falangistas, militares y socialcatólicos— manifiestamente adversa a los planteamientos del libre mercado (González Cuevas, 2007: 28). La parálisis de la economía y el empobrecimiento de los niveles de vida fueron los resultados que arrojó la autarquía. Tecnócratas y tecnocracia llegan para invertir esta tendencia y enveredar el país por la senda del desarrollo. Esto coincide, a su vez, con la reivindicación por parte del régimen de una legitimidad basada en el ejercicio, en la mejora de las condiciones de vida, en el progreso o en el incremento del bienestar (Aguilar Fernández, 2008: 101-109). Como apunta González Cuevas (2007: 27), los tecnócratas van a reformular la tradicional perspectiva contrarrevolucionaria de la derecha española convirtiéndola en un conservadurismo de nuevo pelaje centrado en el avance económico-tecnológico

<sup>10</sup> La reforma administrativa se llevó a cabo mediante la promulgación de la Ley de Régimen Jurídico de la Administración del Estado, la Ley de Procedimiento Administrativo, la Ley de Entidades Estatales Autónomas y la Ley de Funcionarios Civiles del Estado. La reforma económica se inicia con el Plan de Estabilización de 1959 que aboga por la disciplina financiera, una política estable de presupuesto, un tipo de cambio fijo y realista para la peseta y la opción por una economía mixta de mercado. Al respecto, véase González Cuevas (2007: 35-36).

<sup>11</sup> Citado en Moya (1975: 227).

<sup>12</sup> Citado en Moya (1975: 231).

y la asunción del libre mercado capitalista. La tecnocracia participa de la creencia en el fin de las ideologías como guías de gobierno postulando su sustitución por un tipo de conocimiento experto guiado por criterios de racionalidad científica. De acuerdo con ello, el tecnócrata y la mentalidad tecnocrática entiende la acción de gobierno en clave meramente técnica y no política: los esquemas de la administración, gestión y planificación son asépticos e intercambiables. En línea con lo que afirmaba López Rodó, los «principios y normas de la Teoría de la Organización», aunque originarios de los Estados Unidos, bien pueden aplicarse a España pese a todas las diferencias existentes entre ambos países. Así pues, la tecnocracia aporta al vocabulario de gobierno y a su acción elementos relacionados con la racionalización administrativa, la transposición de modelos empresariales de gestión y la deseabilidad de la iniciativa económica privada.

Que se abra ese espacio a la libre iniciativa privada en el campo de la actividad económica no implica que esa libertad haya de aplicarse en otros ámbitos, por ejemplo, en el político. La tecnocracia es tendencialmente autoritaria en la medida en que se apoya en conocimientos técnicos selectivos en posesión de una élite que lidera la acción de gobierno y que impone tales conocimientos como criterio de acción. Al cabo, es precisamente la posesión de esos conocimientos los que justifican el liderazgo en contraposición a una mayoría de la población que carece de ellos (González Cuevas, 2007: 27). De hecho, la mentalidad tecnocrática confía en el desarrollo económico como medio de difusión del escepticismo político. De algún modo, ese «fin de las ideologías» habría de explicarse por la mejora global de las condiciones de vida de la población. En otras palabras, la cuestión política terminaría por difuminarse hasta tornarse irrelevante conforme aumentasen los niveles de bienestar de los españoles. Así lo expresaba López Rodó en 1972: «Nuestra ilusión se cifra en contemplar a España desde ahora mismo, en 1980 sin ninguna magia de adivinación, sino por el propio dinamismo planificados. Por ello, es reconfortante pensar que en 1980 todas las familias españolas tendrán teléfono, televisor y vivienda, y que ocho de cada diez familias contarán con automóvil. La renta por habitante será de 2.000 dólares, habrá desaparecido el analfabetismo y la Universidad será asequible a todos los dotados intelectualmente». Hasta aquí cuanto tiene que ver con los avances ligados al bienestar. Mas, de seguido, López Rodó alude a la razón que explicaría esos avances estableciendo una conexión entre economía y libertad: «La expansión de la economía, al ensanchar las posibilidades de elección de los españoles, habrá enriquecido su libertad, su seguridad frente al infortunio y su independencia frente a todo determinismo materialista»<sup>13</sup>. La mentalidad tecnocrática concibe aquí un espacio de teórica libertad para los individuos en el que éstos pueden ejercer sus capacidades de autogobierno. En consonancia con el impulso desarrollista y racionalizador tecnocrático se dibuja una concepción de los sujetos gobernados como individuos capaces de establecer prioridades, discriminar entre necesidades y maximizar su utilidad y satisfacción.

Esta posibilidad de autogobierno individual se materializa, entre otras formas, en sus decisiones de compra como opciones que habrán de reportarle y asegurarle bienestar material. Desde los años sesenta se perfila en España una sociedad de consumo a la par que se incrementan las rentas, la demanda interna y se amplía el acceso a mayor cantidad de bienes y servicios (Conde, 1994: 146; Alonso y Conde, 1994: 184-193). El hogar español va a

<sup>13</sup> Citado en Moya (1975: 228).

poblarse de nuevos enseres: televisión, nevera, plancha, máquina de coser, teléfono, olla a presión, cámara de fotos, cocina de gas, tocadiscos, aspiradora, tostadora, radio o lavadora (Alonso y Conde, 1994: 160). El desarrollo de la publicidad estimula la opcionalidad individual en el acto de consumir; una opcionalidad que exige decisión individual y que admite la autonomía personal en la adquisición de bienes. Otra de las posibilidades de autogobierno individual se abre en el terreno de la formación y la capacitación profesional. En consonancia con el primado de la técnica y el saber experto, el individuo habrá de procurar un nivel de cualificación y un capital intelectual como medio de promoción social y estabilidad material. La creciente importancia otorgada a la educación como factor que cimenta el crecimiento económico alerta al individuo para invertir en su propia formación. Todo ello afín a la generalización de las enseñanzas media y universitaria con la Ley General de Educación de 1970, asentada en valores como el esfuerzo y el mérito del alumno (González Cuevas, 2007: 44). Hasta aquí podemos ver cómo se conforma un campo en el que es factible el autogobierno individual del comportamiento: el campo de la actividad económica en su sentido más amplio. Y este autogobierno se orienta en virtud de la maximización de la utilidad y se desenvuelve en función de parámetros propios de la ciencia económica generando una conducta objetivable, predecible y continuada. No obstante, el autogobierno en la esfera económica no se limita a un «cientificismo» económico que amenaza con anular el peso de los factores emocionales en nombre de la razón. En esa esfera económica existe espacio para la subjetividad individual; un espacio abierto por determinadas concepciones acerca de las relaciones humanas en las organizaciones, la administración de éstas y la visión del individuo como recurso productivo cuyo desempeño laboral está mediado por su propia motivación.

Con la modernización económica española, la empresa se erige como nuevo gran centro de integración social y es en ese espacio en el que se reclama la importancia del componente emocional en el individuo. Esa reclamación viene de mano de la psicología que, en cuanto saber científico, resalta la centralidad de las emociones en la vida laboral y su relación con la productividad (Illouz, 2007: 51-53). Una poderosa corriente centrada en los Recursos Humanos, los presupuestos de las «Human Relations» y los trabajos de George Elton Mayo encuentra cabida en el mundo empresarial. De esta forma, la competencia profesional empieza a concebirse como reflejo de unas condiciones psíquicas que determinan la personalidad individual. El correcto gobierno de las emociones por parte del individuo deviene en asunto prioritario dentro de la empresa de cara a su adecuado funcionamiento y resultados finales. Tal visión del gobierno emocional en el ámbito laboral encuentra en España diferentes vías de acceso. En primer lugar, existen ciertas afinidades entre esta consideración de las emociones en la empresa y determinados conceptos orteguianos relativos a la «rehumanización de la técnica» que ya habían sido formulados durante el periodo de la autarquía económica. Estos conceptos, influyentes entre un número no ciertamente menor de directivos españoles, habrían abonado un suelo fértil para el posterior arraigo de la psicología empresarial y su énfasis en las relaciones emoción-productividad (Guillen, 1996). Ortega ya había expresado su confianza en la capacidad de una élite rectora, ilustrada y humanista para conducir la sociedad; una élite caracterizada por su superioridad moral, voluntad, dominio de sí y fortaleza. También había hecho valer su crítica a la técnica y su aplicación desprovista de consideraciones espirituales. Ambas posiciones orteguianas resultan afines a la presencia de la

psicología de la empresa y su revalorización de la subjetividad frente al tecnicismo, la consideración de la persona como recurso productivo fundamental y peculiar además de la visión del directivo como poseedor de una personalidad que lo convierte en líder coordinador y movilizador del personal a su cargo<sup>14</sup>. En segundo lugar, el protagonismo que van a tener los programas de ayuda técnica estadounidense entre 1953 y 1963 en España permite que se difundan principios organizativos sobre administración empresarial y recursos humanos (Puig, 2003). Las agencias norteamericanas que canalizan esos programas incluyen en su acción organismos como la Comisión Nacional de Productividad Industrial, la Escuela de Organización Laboral, el Instituto Nacional de Racionalización del Trabajo y la Asociación para el Progreso de la Dirección<sup>15</sup>. Las nuevas concepciones sobre gestión empresarial que integran la psicología y la subjetividad del trabajador como elementos a tener en cuenta llegan a psicólogos, sociólogos y técnicos en general empleados en aquellos organismos públicos. Y en tercer lugar, la configuración de un entramado educativo ligado a la gestión y administración de empresas contribuye a la expansión como saber formalizado de esa noción de subjetividad individual como factor productivo clave. En los años cincuenta ya existían en España escuelas de ingeniería, asociaciones patronales católicas, escuelas de comercio y círculos mercantiles responsables de la formación de cuadros empresariales. Con todo, su nivel formativo va a ser ampliamente superado por una serie de instituciones aparecidas a finales de los cincuenta, fundamentalmente de carácter privado, que serán las encargadas de formar a los futuros directivos españoles y que se hacen eco en sus programas de las relaciones entre administración-gestión empresarial y subjetividad individual. Aparecen la Escuela de Organización Industrial (1957-1958), ICADE (Instituto Católico de Administración y Dirección de Empresas, 1956), IESE (Instituto de Estudios Superiores de la Empresa, 1958) y ESADE (Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas, 1958) (Puig y Fernández, 2001)<sup>16</sup>. La educación formal en el ámbito de la empresa va a incluir como recurso un tipo de literatura gerencial que informa de cuantas innovaciones existen en la gestión empresarial y la dirección de personal (Boltanski y Chiapello, 2002: 98-100; Alonso y Fernández Rodríguez, 2006: 128)<sup>17</sup>. Se dirige a directivos, mandos intermedios y administrativos

<sup>14</sup> Cfr. Guillen (1996: 123) para el listado de jefes de personal de empresas españolas que se expresan en estos términos.

<sup>15</sup> La aplicación de los principios organizativos y directivos empresariales procedentes de los Estados Unidos corren con diferente suerte. En el caso de las filiales españolas de las multinacionales estadounidenses, la traslación de aquellos principios a nuestro país parece haber sido más completa. En cambio, el empresario autóctono mostró una actitud más reservada poniendo mayores trabas a esa traslación. Esas trabas se fundamentan en el reconocimiento de ciertas especificidades económicas españolas que impedirían una reproducción exacta de aquellos principios y, por tanto, harían necesario un ejercicio de readaptación. Al respecto, véase García Ruiz (2003: 132, 137-138, 140-142).

<sup>16</sup> La recepción de la Teoría de las Relaciones Humanas en estas instituciones orientadas a la formación empresarial está también muy ligada a su reinterpretación según los presupuestos de la doctrina social de la Iglesia. No en vano, las escuelas de negocios en España aparecen ligadas desde su fundación al mundo eclesástico como promotor de las mismas. Lo que sí parece confirmarse es que esta Teoría está plenamente introducida en España alrededor del final de los años cincuenta. Al respecto, véase Guillen (1994).

<sup>17</sup> Queda apuntada desde aquí una breve referencia a las relaciones entre literatura de autoayuda y literatura gerencial que habrá de merecer en un futuro un desarrollo más amplio al tratarse de un campo de estudio que excede de los límites y propósitos fijados para este artículo. Referencias ya clásicas dentro de la bibliografía de análisis gerencial son Bendix (1974) y Jacques (1996). Más recientemente, es de útil consulta Fernández Rodríguez (2007).



conteniendo recetas prácticas para mejorar el rendimiento de la organización. Esta literatura da cabida al papel desempeñado por las emociones y su integración en un sistema de gestión eficiente. Es ése un conocimiento que se le presupone al buen directivo, alguien que lidera y dirige un grupo de personas. Mas el liderazgo y la dirección también son técnicas que pueden aprenderse: puede aprenderse a gestionar esa subjetividad de los subordinados, a coordinar su emocionalidad en aras del mejor resultado para la empresa. La literatura gerencial moldea y refleja el imaginario del «manager»; moldea y refleja el conjunto de imágenes y representaciones que articulan el discurso empresarial en torno a la gestión de la empresa y al sentido atribuido a la propia gestión (Alonso y Fernández Rodríguez, 2006: 132). Ese imaginario evolucionará desde una perspectiva científica vinculada a los modelos tayloristas, los cuales defienden una racionalización pormenorizada del trabajo con arreglo a técnicas de maximización de los beneficios y la productividad, hasta sus crisis en los años sesenta. En este punto, tal imaginario incorpora las emociones al terreno de la gestión empresarial como factor digno de consideración en el quehacer del gestor y, por extensión, en el funcionamiento óptimo de la empresa. La propia literatura de autoayuda posee una estrecha afinidad con este tipo de textos gerenciales que se abren al campo de la motivación y la subjetividad individuales. No en vano, su orientación prioritaria al mundo de los negocios y sus consideraciones acerca de la «personalidad», «magnetismo» o la «metodización de la conducta» suponen referencias básicas para quien aspira a mejorar sus prestaciones como gestor empresarial.

En definitiva, la racionalidad política liberal, localizada en la esfera económico-empresarial, abre un espacio para el autogobierno conductual y afectivo. En este espacio, el sujeto gobernado es un sujeto capacitado para la autorregulación. La literatura de autoayuda y su código del «éxito» constituye una de las concreciones posibles de este tipo de racionalidad, afín al avance de la tecnocracia y el saber administrativo-gerencial como traducciones de esa racionalidad política. La aparición de la literatura de autoayuda y su apuesta por la autogestión conductual y emocional es congruente con el movimiento general que conduce la economía española hacia la industrialización, la terciarización y el consumo. También es coherente con la emergencia de la empresa como agente protagonista de este movimiento y con los saberes técnicos a ella asociados, esto es, la economía y la psicología. En consecuencia, el tipo humano que esboza la autoayuda no es extraño que acabe por hacerse eco de todo este conjunto de tendencias. El «hombre de éxito» posee capacidad analítica para evaluar sus condiciones psíquicas, sus destrezas intelectuales y las oportunidades de actuación que le ofrece el entorno. Actúa de forma emprendedora advirtiendo el potencial que esconden esas oportunidades y ello trasluce sus aptitudes para el liderazgo y la dirección. Un tipo humano apto para tiempos de despegue económico y protagonismo empresarial; tiempo de nuevos saberes organizativos y de mercados.

## CONCLUSIÓN

En España, la literatura de autoayuda comienza a ganar visibilidad a partir de los años sesenta. Mediante estas publicaciones se diseña un arquetipo de ser humano orientado a la consecución del éxito. Conseguirlo pasa necesariamente por un ejercicio de autorregulación reflexiva

como requisito para: a) la construcción de una personalidad plena como garantía de bienestar psíquico y b) el logro del reconocimiento social a través de la actividad profesional. En todo caso, la literatura de autoayuda realiza una apuesta por la capacidad que pueda poseer el individuo para ejercer su autogobierno y, por ello, ha sido considerada aquí como el trasunto de una racionalidad política liberal. Sin embargo, ésta coexiste en paralelo con la racionalidad política autoritaria propia del régimen franquista. Como señalaba anteriormente, el despunte de la literatura de autoayuda tiene lugar cuando aún faltan, *grosso modo*, quince o veinte años para el final del franquismo; circunstancia ésta que lleva a interrogarse por las condiciones de coexistencia de esos dos tipos de racionalidad política a primera vista antagónicos. No obstante, el fenómeno de la autoayuda resulta afín a otro conjunto de fenómenos sociales que revelan la pretensión de gobernar teniendo presente la posibilidad de la autogestión individual. Así, se crea un espacio genérico relativo a la actividad económico-empresarial donde esa autogestión sí resulta factible; un espacio delimitado por la acción y mentalidad tecnocráticas y las nuevas concepciones acerca de la administración y gestión de organizaciones. Tras el autogobierno del individuo se encuentran, en ese campo, los repertorios de la economía y la psicología tal y como sucede en el ámbito de la autoayuda. Y es en ese fuego cruzado entre razones utilitarias y expresivas, entre lo económico y lo psicológico, donde se mueve la peculiar criatura que se autogobierna, esto es, el «hombre de éxito».

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUILAR FERNÁNDEZ, P. (2008), *Políticas de la memoria y memorias de la política*, Madrid, Alianza.
- ALONSO, L. E. y CONDE, F. (1994), *Historia del consumo en España. Una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo*, Madrid, Debate.
- ALONSO, L. E. y FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. J. (2006), «El imaginario managerial: el discurso de la fluidez en la sociedad económica», *Política y Sociedad*, 43 (2): 127-151.
- AMPUDIA DE HARO, F. (2006), «Administrar el Yo: literatura de autoayuda y gestión del comportamiento y los afectos», *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 113: 49-75.
- (2007), *Las bridas de la conducta: una aproximación al proceso civilizatorio español*, Madrid, CIS/Siglo XXI.
- BELLAH, R. et, al (1989), *Hábitos del corazón*. Madrid, Alianza.
- BENDIX, R. (1974), *Work and Authority in Industry*, Berkeley, University of California Press.
- BLASCO, J. (1945), *Cómo se triunfa en la vida*, Barcelona, Juan Bruguera Editor.
- BOLTANSKI, L. y CHIAPELLO, E. (2002), *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid, Akal.
- BURCHELL, G. (1993), «Liberal Government and Techniques of the Self», *Economy and Society*, 22 (3): 267-283.
- CONDE, F. (1994), «Notas sobre la sociogénesis de la sociedad de consumo en España», *Política y Sociedad*, 16: 135-148.
- DEAN, M. (2002), «Liberal Government and authoritarianism», *Economy & Society*, 31 (1): 37-61.

- ELIAS, N. (1987), *El proceso de la civilización*, Madrid/Méjico, Fondo de Cultura Económica.
- FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, C. (2007), *El discurso del Management: tiempo y narración*, Madrid, CIS/Siglo XXI.
- FIGUEROA, P. (1972), *El poder de la personalidad*, Barcelona, De Gaseó.
- GARCÍA Ruiz, J. L. (2003), «Estados Unidos y la transformación general de las empresas españolas», *Cuadernos de Historia Contemporánea*, 25: 131-153.
- GARDO, J. (1943), *Tratado de energía comercial*, Barcelona, Juan Bruguer Editor.
- GIDDENS, A. (1997), *Modernidad e identidad del Yo*, Barcelona, Península.
- GONZÁLEZ CUEVAS, P. C. (2007), «La derecha tecnocrática», *Historia y Política*, 18: 23-48.
- GUILLEN, M. F. (1996), «Arte, cultura y organización: la influencia de Ortega y Gasset en la élite empresarial española», *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 74: 115-126.
- HYNDESS, B. (1997), *Disertaciones sobre el poder. De Hobbes a Foucault*, Madrid, Talasa.
- ILLOUZ, E. (2007), *Intimididades congeladas. Las emociones en el capitalismo*, Buenos Aires/Madrid, Katz.
- JACQUES, R. (1996), *Manufacturing the Employee: Management Knowledge from the 19<sup>th</sup> to 21<sup>st</sup> Centuries*, Londres, Sage Publications.
- LLANGÉ, F. (1971), *Lo que usted debe saber sobre sí mismo*, Barcelona, Betta.
- MARINIS, P. de (1999), «Gobierno, gubernamentalidad, Foucault y los anglofoucaultianos (O un ensayo sobre la racionalidad política del neoliberalismo)», en Ramos, R. y García, F.(eds.), *Globalización, riesgo, reflexividad. Tres temas de la teoría social contemporánea*, Madrid, CIS.
- MORRIS, R. P. (1956), *Para triunfar en la vida. La llave del éxito*, Barcelona, Sintesis.
- MOYA, C. (1975), *El poder económico en España. Un análisis sociológico*, Madrid, Túcar.
- PAPALINI, A. V. (2008), *La formation de la subjectivité dans la culture contemporaine : Le cas des livres de bien-être*. Tesis doctoral, Departamento de Comunicación-Doctorado Ciencias de la Información y la Comunicación, Universidad de París 8.
- PUIG, N. (2003), «La ayuda económica norteamericana y los empresarios españoles», *Cuadernos de Historia Contemporánea*, 25: 109-129.
- PUIG, N. y FERNÁNDEZ, P. (2001), «Las escuelas de negocios y la formación de empresarios y directivos en España: Madrid y Barcelona, 1950-1970». Ponencia presentada al VII Congreso de la Asociación de Historia Económica, Zaragoza, 19-21/9/2001.
- ROSE, N. (1990), *Governing the Soul. The Shaping of the Private Self*, Londres, Routledge.
- (1997), «El gobierno de las democracias liberales avanzadas: del liberalismo al neoliberalismo», *Archipiélago*, 29: 25-40.
- ROSE, N. y MILLER, P. (1992), «Political Power beyond the State: problematics of government», *The British Journal of Sociology*, 43 (2): 173-205.
- SCHULLER, R. H. (1974), *Cómo aprovechar tus posibilidades para triunfar en la vida*, Santander, Sal Terrea.
- SMITH, A. (1969), *Desarrollad vuestra personalidad. Manual psicológico práctico*, Barcelona, De Vechii.
- VALVERDE, M. (1996), «Despotism and ethical liberal governance», *Economy & Society*, 25 (3): 356-372.

- VÁZQUEZ GARCÍA, F. (2005), *Tras la autoestima. Variaciones sobre el yo expresivo en la modernidad tardía*, San Sebastián, Tercera Prensa.
- WOUTERS, C. (1987), «Developments in the Behavioural Codes between the Sexes», *Theory, Culture & Society*, 4: 405-427.
- YOUNG, C. (1967), *Intenta tener seguridad en ti mismo*, Madrid, Studium.

Recibido: 21/11/2008

Aceptado: 25/11/2009